

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menguji pengaruh bauran promosi terhadap penjualan pada CV Bestlink Properti Pekanbaru Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh bauran promosi secara parsial adalah variabel iklan berpengaruh terhadap penjualan. Dengan nilai signifikan $0,02 < 0,05$ sedangkan t-hitung $2,421 >$ dari t-tabel 2,014. pameran memiliki pengaruh terhadap penjualan. dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$ sedangkan t-hitung $2,831 >$ dari t-tabel 2,014. penjualan pribadi memiliki pengaruh terhadap penjualan. dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sedangkan t-hitung $5,377 >$ dari t-tabel 2,014.
2. Pengaruh bauran promosi secara simultan terhadap penjualan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. dan Fhitung $27,876 >$ Ftabel 4,26.
3. Bauran promosi yang dilakukan oleh CV Bestlink Properti Pekanbaru telah sesuai dengan etika bisnis islam yaitu dengan menerapkan prinsip ketauhidan, kebenaran/kejujuran, amanah dan keadilan, sehingga kegiatan bauran promosi dapat diterapkan untuk mempengaruhi penjualan serta mendapatkan keridhoan dari Allah swt.

B. Saran

Implikasi dari hasil penelitian yang diperoleh memperlihatkan bahwa iklan, promosi penjualan dan penjualan pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Saran-saran yang dapat diberikan penulis sebagai berikut:

1. Bagi CV Bestlink Properti Pekanbaru selaku agen properti komersial dan juga developer diharapkan dapat mempertahankan lagi kegiatan promosi nya seefektif dan seefisien mungkin dalam rangka meningkatkan penjualan, dan mengambil keputusan atau pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang menyangkut kegiatan promosi yang terkait dengan kegiatan perusahaan selanjutnya agar keberlangsungan perusahaan tetap terjaga dan juga dapat memenangkan persaingan dengan sesama usaha yang sejenis tetapi tetap mempertahankan kebijakan promosi yang sesuai dengan prinsip etika bisnis islam.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan penelitian yang lebih dalam dan lebih baik lagi, khususnya tentang topik promosi dengan variabel lain untuk menambah referensi dan informasi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.